

The logo for ING, consisting of the letters 'ING' in a bold, white, sans-serif font.

ING

Sponsoring von „Galileo Green Heroes“

AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Media
Durchführung	Payback.net
Grundgesamtheit	Erw. 18-49 Jahre
Auswahlverfahren	Befragung im Payback Online Panel
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens
Zeitraum	Nullmessung: 28. März – 1. April 2022; Endmessung: 30. Juni – 3. Juli 2022
Stichprobe	Nullmessung: n = 1.099; Endmessung: n=1.367
Inhalt	Ungestützte und gestützte Markenbekanntheit, ungestützte und gestützte Werbeerinnerung, Relevant Set, Markensympathie, ungestützte und gestützte Sponsor Erinnerung, Sponsorbewertung, Sponsorglaubwürdigkeit

VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Bei den Ergebnissen werden folgende Zielgruppen ausgewiesen:

Nullmessung (NM)

Endmessung (EM)

Endmessung seltene Seher (seltener als jeden 3. Mittwoch)

Endmessung häufige Seher (mind. jeden 3. Mittwoch)

Sponsoring erinnert*

AGENDA

1 Steckbrief

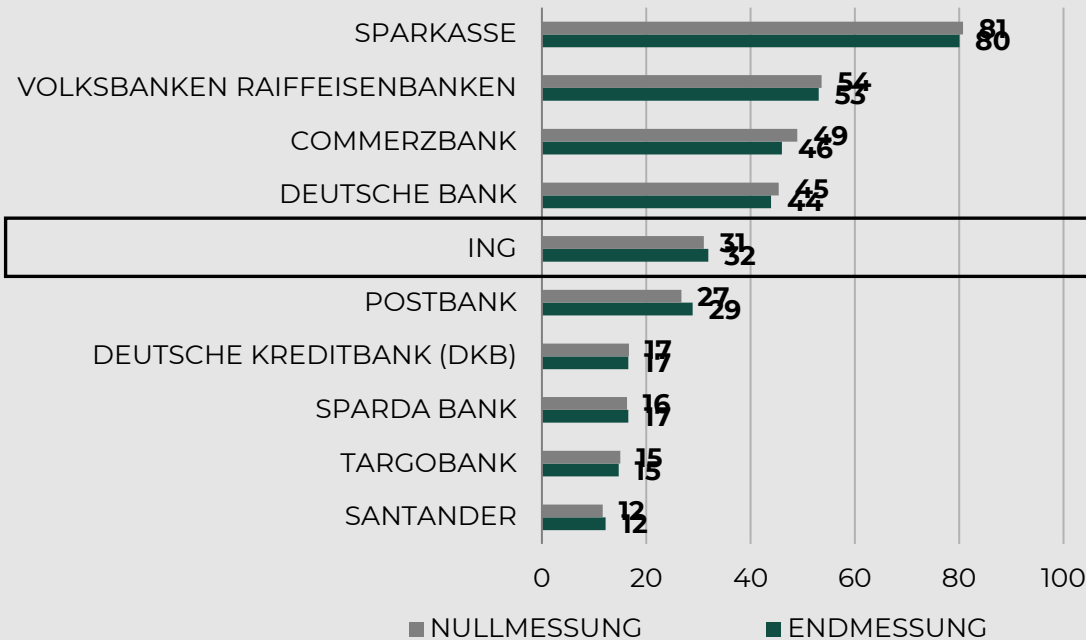
2 Ergebnisse

3 Fazit

UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT STABIL

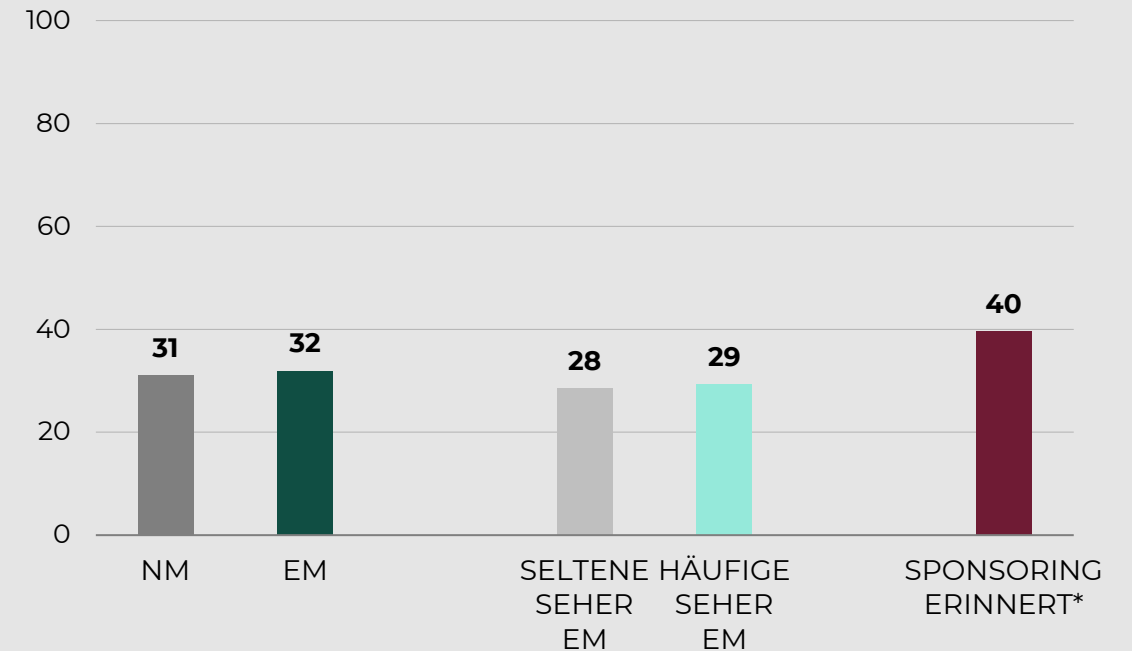
UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in % (Top10 der Nullmessung)



UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT ING

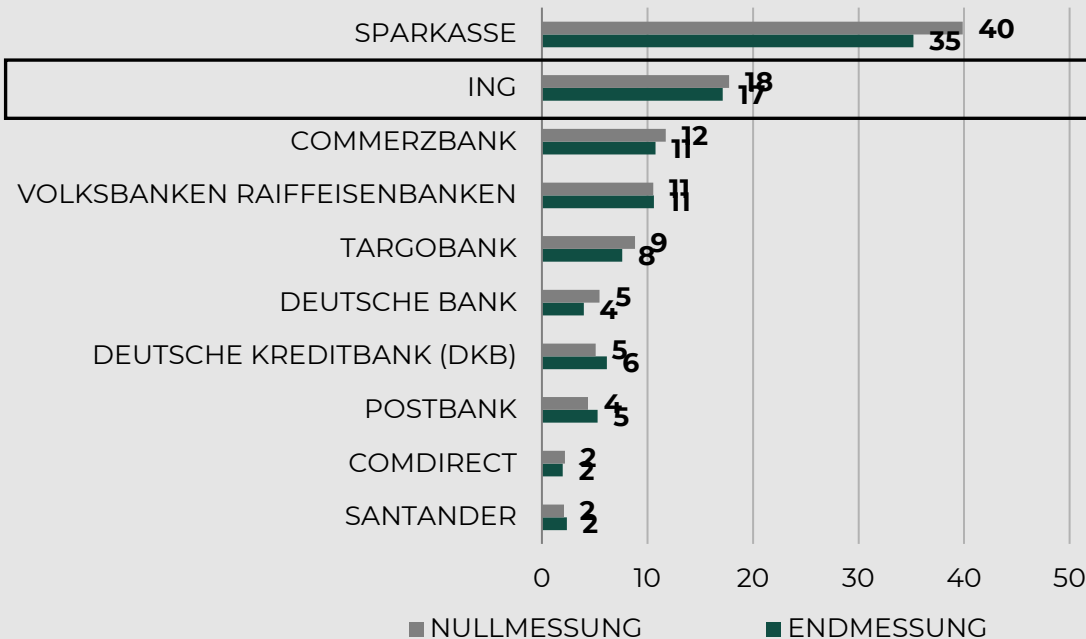
Angaben in %



UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG DURCH TV-SPONSORING GESTEIGERT

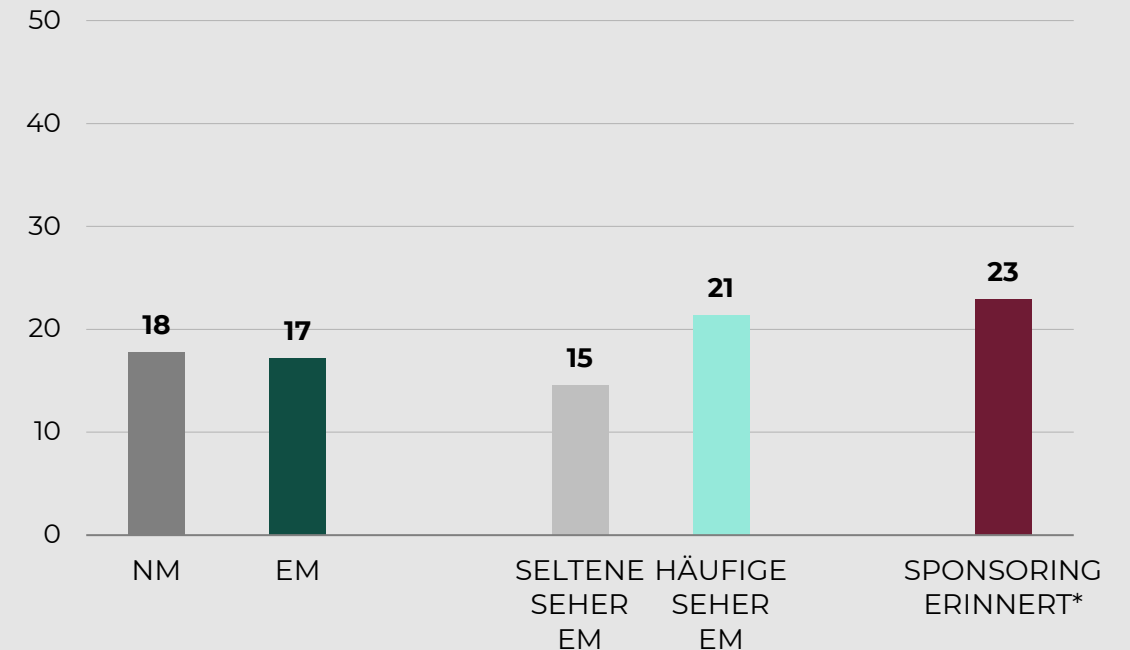
UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in % (Top10 der Nullmessung)



UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG ING

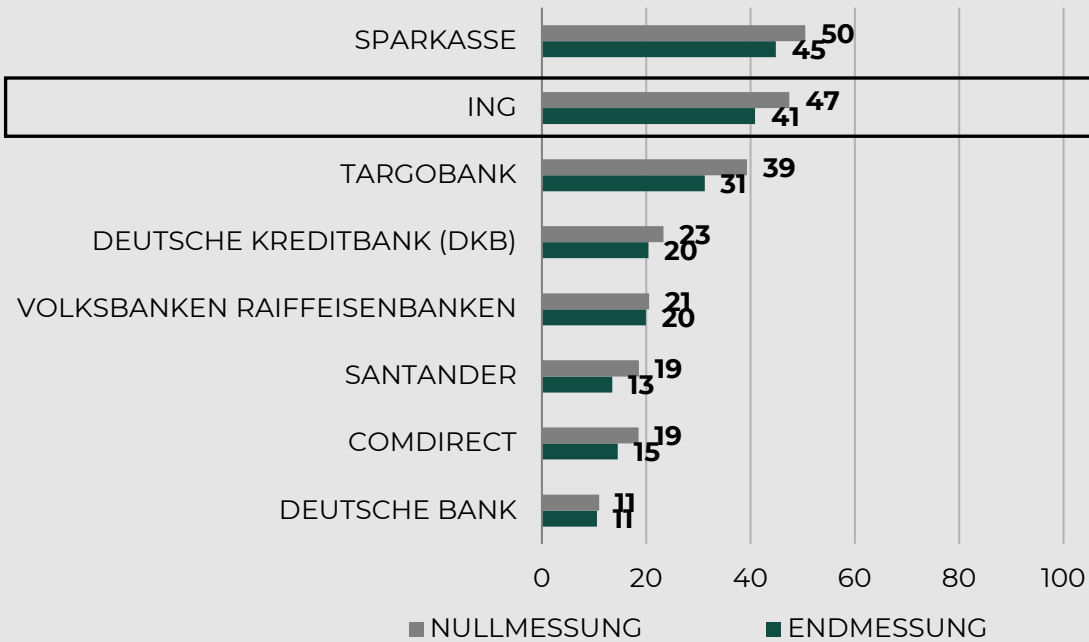
Angaben in %



SPONSORINGKONTAKTE STEIGERN WERBEERINNERUNG

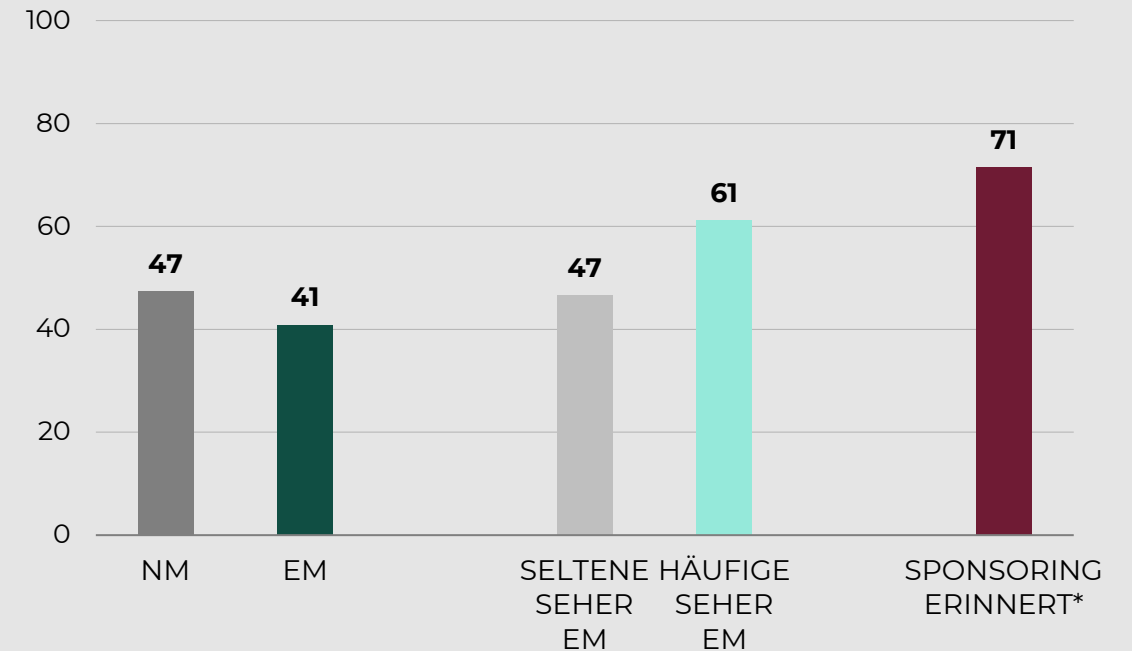
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG ING

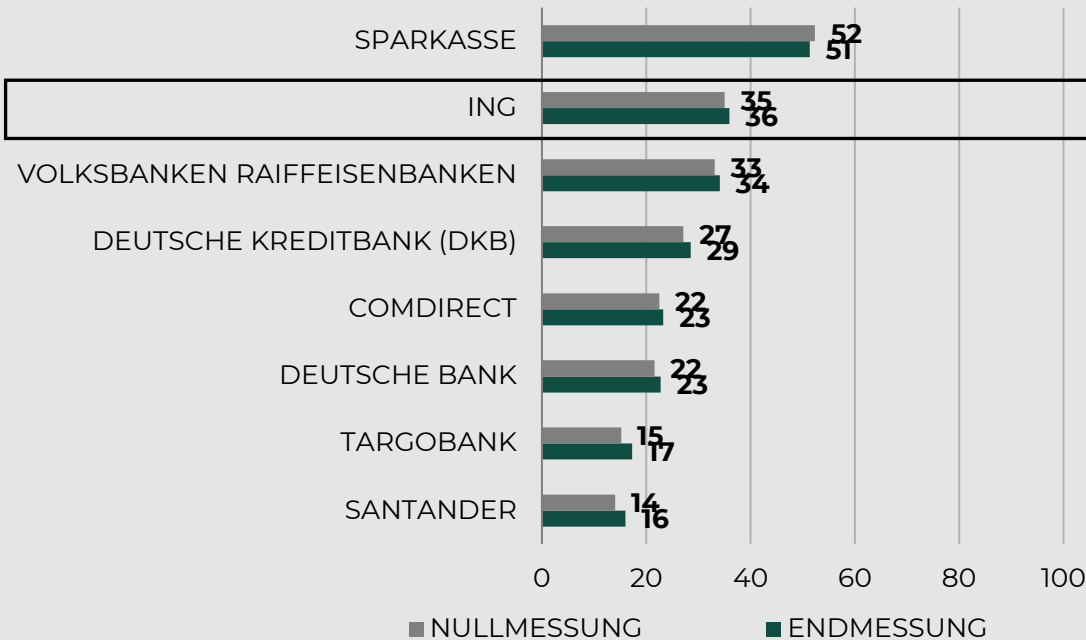
Angaben in %



FÜR PROZENT DER SPONSORERINNERERER KOMMT DIE ING ALS FINANZDIENSTLEISTER IN FRAGE

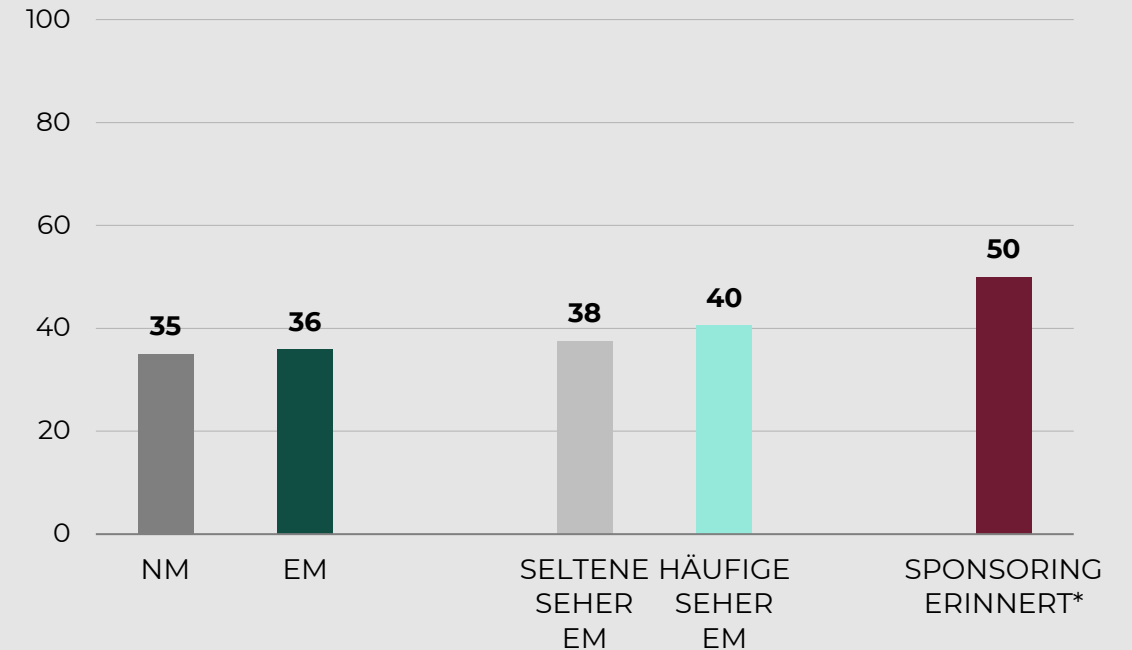
RELEVANT SET

Angaben in %



RELEVANT SET ING

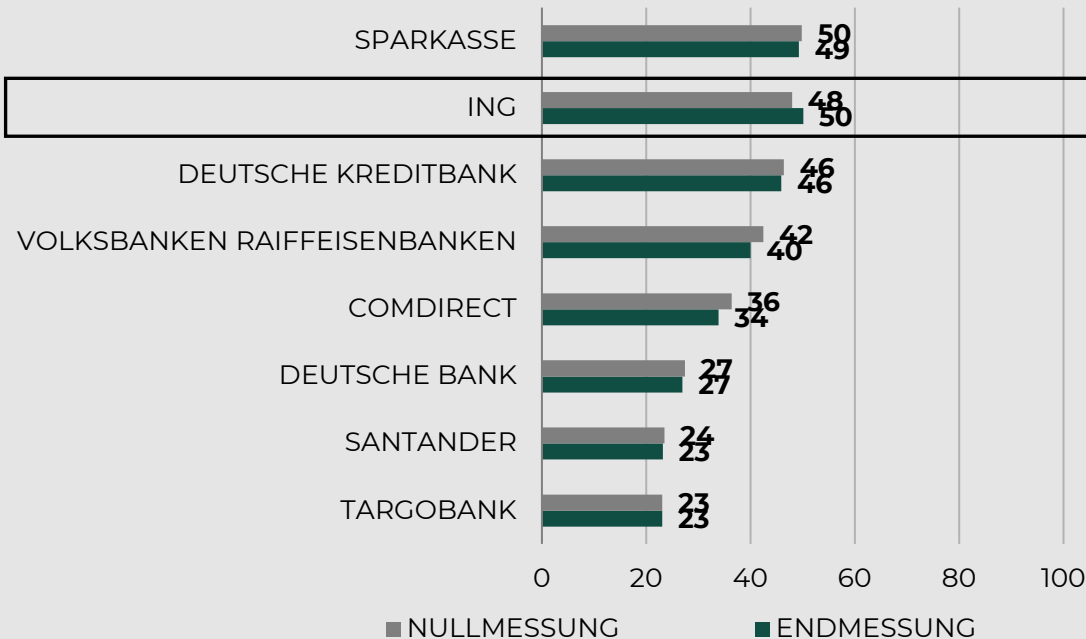
Angaben in %



POSITIVER EINFLUSS AUF MARKENSYMPATHIE DURCH TV-SPONSORING

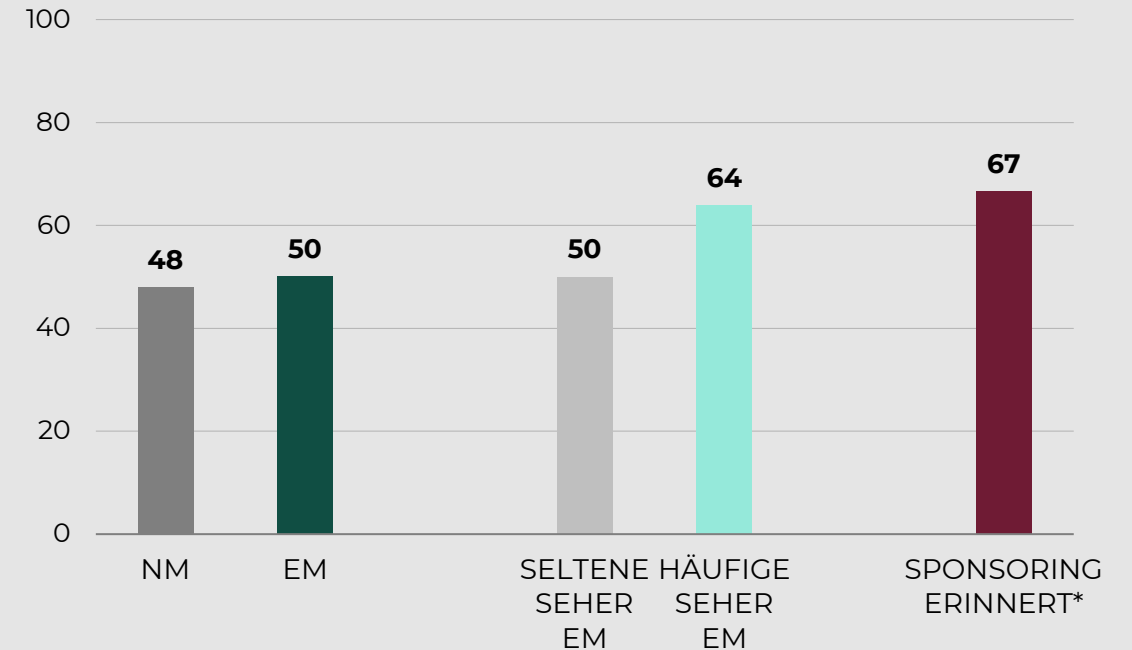
MARKENSYMPATHIE

Angaben in % (Top2)



MARKENSYMPATHIE ING

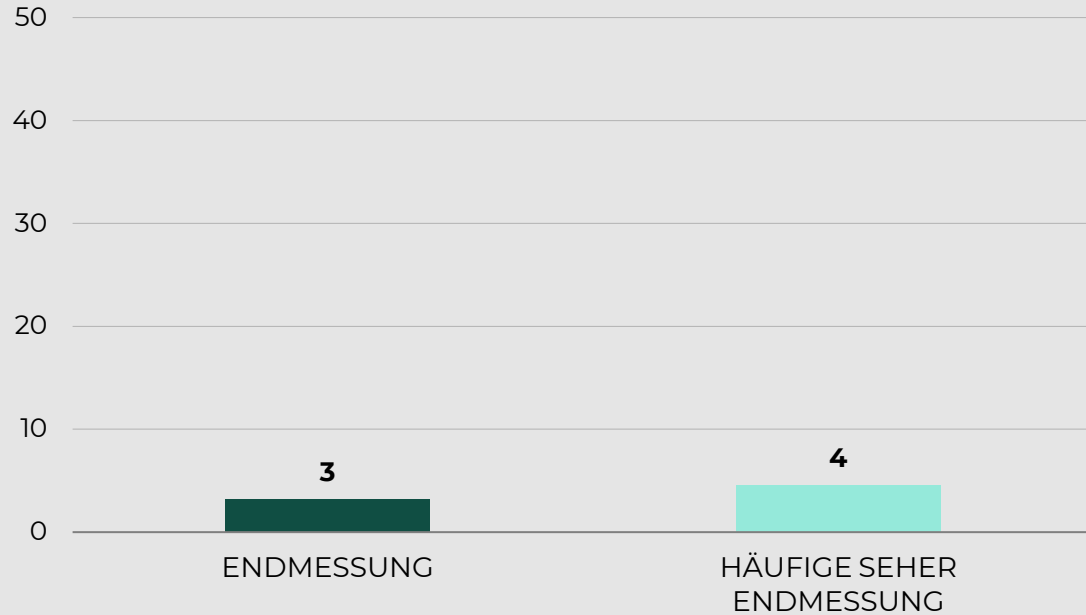
Angaben in % (Top2)



JEDER VIERTE HÄUFIGE SEHER ERINNERT SICH GESTÜTZT AN DIE ING ALS SPONSOR

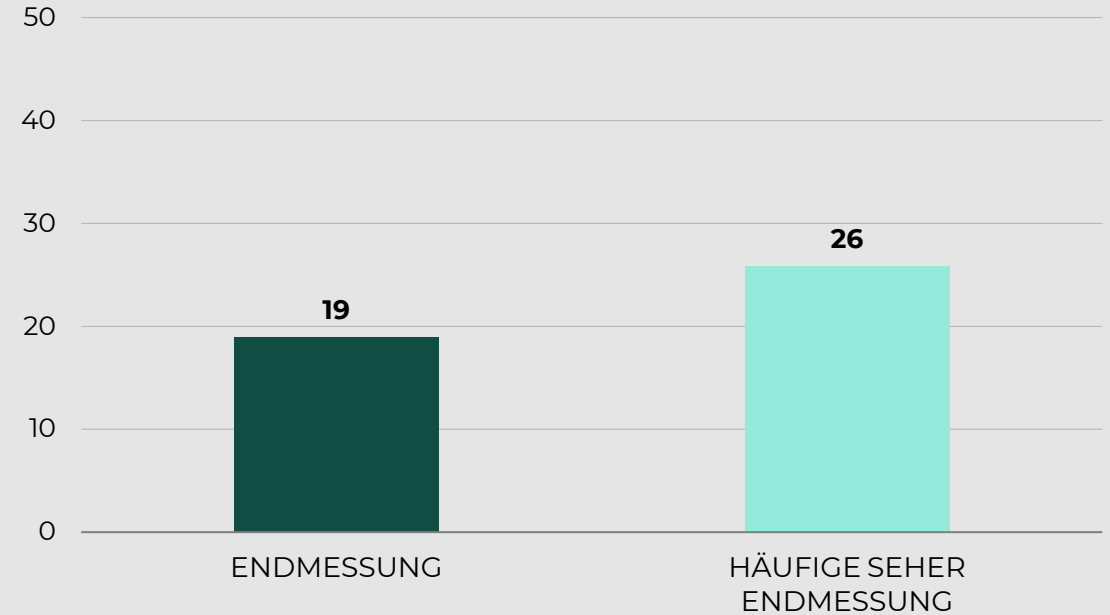
UNGESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE SPONSORERINNERUNG

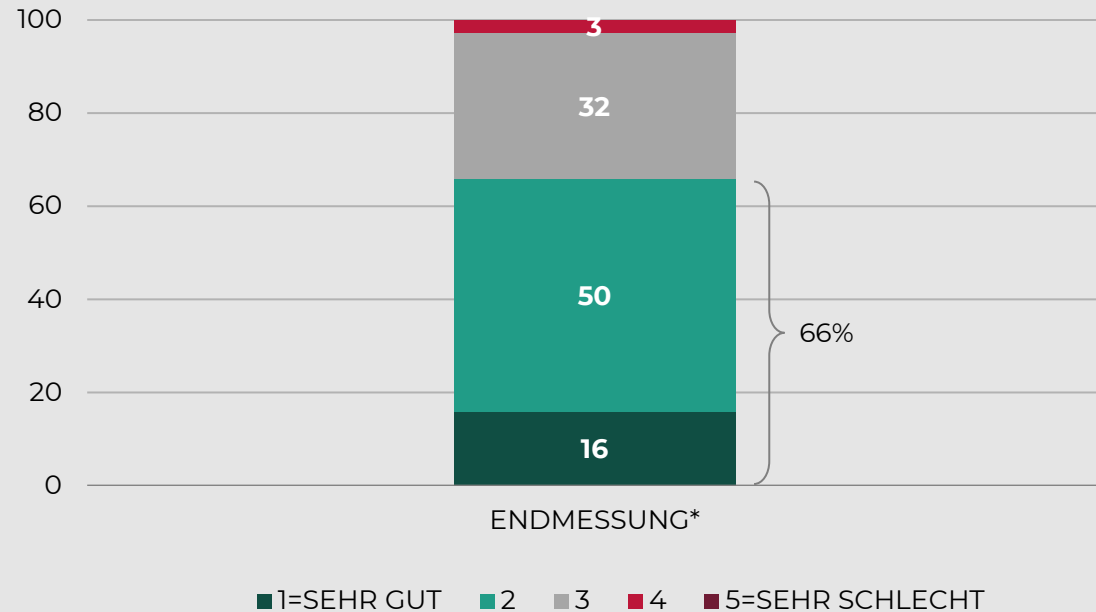
Angaben in %



ZWEI DRITTEL GEFÄLLT DAS SPONSORING (SEHR) GUT

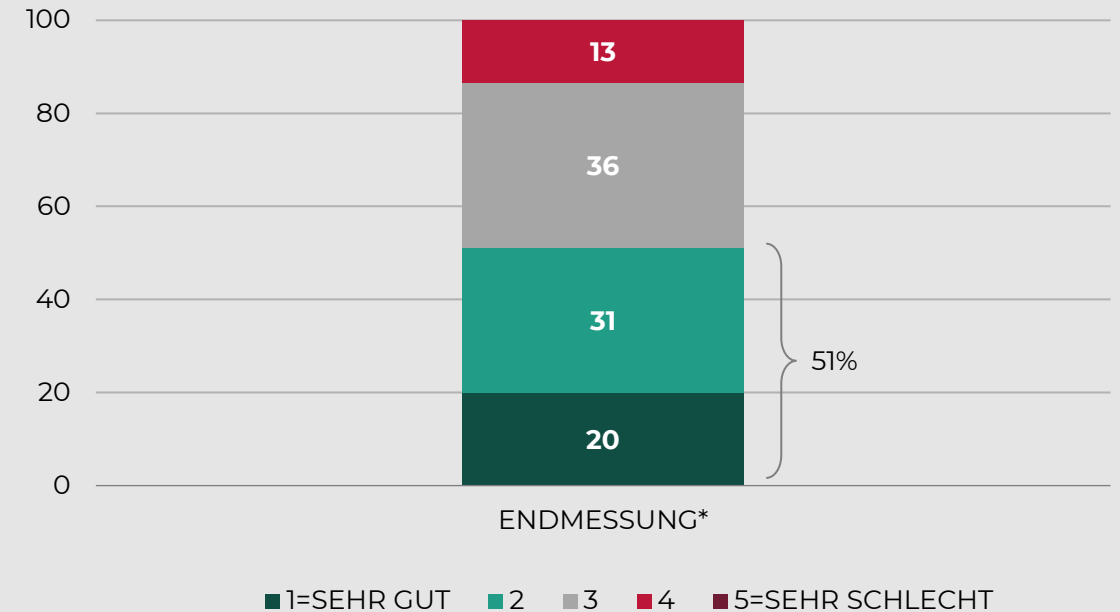
SPONSORBEWERTUNG*

Angaben in %



SPONSORGLAUBWÜRDIGKEIT*

Angaben in %



AGENDA

1 Steckbrief

2 Ergebnisse

3 Fazit

Durch das TV-Sponsoring der Galileo-Rubrik „Green Heroes“ ...

- liegt die ungestützte Markenbekanntheit bei fast 40 Prozent in der Gruppe der Sponsorereinnerer.
- werden ungestützte und gestützte Werbeerinnerung deutlich gesteigert.
- rückt die ING bei den Sponsorereinnerern stärker ins Relevant Set.
- profitiert die Markensympathie der ING.
- stuft jeder Zweite die ING als glaubwürdigen Sponsor der Rubrik ein.

Advertising & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

franziska.rochau@seven.one

